

Le crowdbuilding

Entretien avec Benjamin Delaux,
président fondateur d'Habx

THIBAUT LURCIN

Votre plate-forme numérique Habx propose un nouveau modèle de production de logements neufs. En quoi le précédent paradigme vous semblait-il vieillissant ?

La production de logements neufs a peu évolué depuis les années 1950. La loi relative aux ventes d'immeubles à construire (ou Vente en l'État Futur d'Achèvement) date par exemple de 1967 ! La promotion immobilière repose sur un modèle « top / down », c'est-à-dire de l'offre vers la demande, ce qui n'est plus d'actualité. Par ailleurs, les nouveaux usages numériques bouleversent les modes de consommation. Tous les produits deviennent personnalisables : nos paires de chaussures, nos vêtements, nos voitures... On devrait donc pouvoir également personnaliser notre logement neuf, qui reste encore un produit très standardisé. L'acte d'achat d'un logement est souvent la décision la plus importante d'une vie, il est donc essentiel qu'il puisse répondre aux attentes des futurs acquéreurs.

Selon vous, « habiter, c'est vivre dans un lieu où nous nous sentons chez nous, un lieu qui nous ressemble ». N'existe-t-il donc pas autant de manières d'habiter qu'il y a d'individus ?

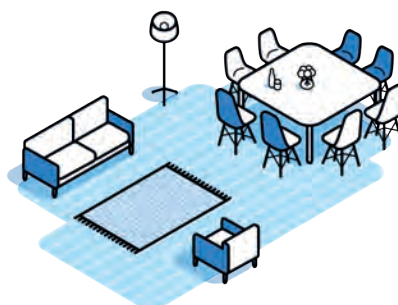
Habiter, ce n'est pas seulement disposer d'une surface pour ranger son corps la nuit ou avoir son domicile quelque part. Habiter, c'est vivre un lieu où nous nous sentons « chez nous », c'est faire interagir son habitat avec ses propres modes de vie. Habiter, c'est disposer d'un environnement en cohérence avec ses propres aspirations sociales, culturelles, économiques. En ce sens, il existe autant de manières d'habiter qu'il y a d'individus et il nous paraît nécessaire de pouvoir comprendre cette demande pour adapter au mieux les logements de chacun.

Habx est une plateforme dont l'ambition est de « révolutionner » la production de logements neufs en plaçant les habitants au cœur de la conception de leur futur lieu de vie.

Pour faire face à ces défis, une solution résiderait dans le crowdbuilding. Pouvez-vous définir ce nouveau « mode de faire » ?

Littéralement, le *crowdbuilding* signifie « la construction par la foule ». Dans la lignée des principes de l'économie collaborative qui ont donné naissance au *crowdfunding*, il s'agit de passer d'une logique d'habitat subi à celle d'habitat choisi par les utilisateurs. Il est donc nécessaire de recueillir leurs attentes, forme d'expression démocratique des besoins. L'expérience numérique (*open data*, *big data*) est alors au

service de cette collecte. Si l'on devait retenir une définition du *crowdbuilding*, ce serait la production de logements choisis (un logement qui ressemble à nos modes de vie), abordables (l'implication précoce des habitants dans le projet permettant une sécurisation du risque commercial ainsi qu'une diminution des coûts de commercialisation et des frais financiers, et donc une diminution du coût de revient des logements) et durables (plus adaptés aux modes de vie de leurs habitants et mieux entretenus, la démarche Habx augmentant fortement la part de propriétaires-occupants dans les immeubles construits).



La plateforme Habx place l'acheteur du logement au cœur de son projet immobilier grâce au numérique. Quelles sont les différentes étapes d'un projet ainsi conçu ?

La plateforme Habx est une véritable *market place* 2.0 qui ne propose pas un produit fini aux consommateurs, mais qui permet la mise en perspective des capacités de production de nos promoteurs partenaires avec les besoins exprimés par les futurs habitants. Deux principales étapes jalonnent la définition du projet immobilier. La première étape consiste, pour le futur habitant, à identifier la localisation optimale sur le territoire. Pour cela, il précise ses points d'ancrage (lieu de travail, lieux de sortie...) et le temps de transport maximal qu'il est prêt à accepter. Il priorise ensuite ses affinités, c'est-à-dire le degré d'importance qu'il porte à des équipements de santé, des commerces, des écoles, des lieux de divertissement ou encore des espaces paysagers. Après interrogation de la base de données, l'outil propose le ou les quartiers correspondant le plus aux attentes de l'usager. Dans une deuxième étape, le futur habitant imagine son logement idéal : superficie, nombre de pièces, étage, exposition, espaces extérieurs... Il configure ainsi lui-même son lieu de vie en exprimant des choix à partir desquels l'architecte sélectionné par le promoteur partenaire d'Habx peut concevoir le logement qui lui correspond.



Les collectivités locales enfin, puisqu'elles ont l'assurance d'une concordance entre l'offre immobilière et la demande des habitants. À terme, le gain pour la collectivité pourrait même être décuplé si l'on passait d'un modèle de *crowdfunding* à un modèle de *crowdsourcing* urbain, où le recueil des besoins et aspirations des futurs habitants pourrait aider les collectivités à disposer d'une meilleure visibilité concernant les aménagements et équipements à développer.

Le changement de modèle que vous proposez n'est-il pas perçu par les professionnels de l'immobilier comme une menace ?

Il est certain que placer l'utilisateur final au cœur du processus de production de logement et lui redonner du pouvoir d'achat constitue un modèle disruptif. Cela dit, il ne s'agit pas non plus « d'ubériser » le secteur immo-

lier ni de capter la valeur aux acteurs déjà présents, mais de créer un nouveau modèle responsable et collectivement vertueux. Même si dans ses débuts, Habx pouvait être considérée comme une menace, les acteurs ont petit à petit compris le caractère novateur du système. À présent, le pari du déploiement auprès des opérateurs publics comme privés est gagné : Habx travaille avec plus de 70 promoteurs différents et a signé des conventions avec de nombreux partenaires publics (sociétés d'économie mixte, Opérations d'Intérêt National...) dans des villes comme Paris, Toulouse ou Bordeaux.

Vous évoquez une solution gagnant-gagnant : quels sont les acteurs à qui bénéficient ces économies ?

Notre nouveau modèle de production de logements neufs bénéficie à tous les acteurs de la chaîne. Les acheteurs d'abord, puisqu'ils peuvent disposer d'un logement à leur image et adapté à leurs besoins. Les promoteurs ensuite, puisqu'ils sécurisent leurs opérations en réduisant les risques techniques, administratifs, et commerciaux (baisse des coûts de publicité par exemple).



Peut-on imaginer reproduire ces méthodes de co-construction avec d'autres actifs immobiliers (bureaux, commerces, locaux d'activités) ?

Aujourd'hui, Habx est une plateforme uniquement destinée à la production de logements. Se focaliser sur un type de produit était nécessaire

pour développer et consolider ce nouveau modèle. Toutefois, dans le monde de l'immobilier d'entre-

prise, la demande évolue également. Parce qu'on ne sait pas quels seront les métiers de demain, il est difficile d'anticiper les besoins. Dans l'immobilier tertiaire par exemple, le *coworking* se développe et nécessite une adaptation des formes immobilières. De nouveaux concepts d'hôtellerie hybrides voient le jour. Le commerce doit lui aussi s'adapter aux attentes des consommateurs. C'est dans ce contexte que la connaissance des expériences utilisateurs couplée à la mise en relation des capacités de production pourra permettre, demain, de reproduire ce modèle vers d'autres types d'actifs. —



Toutes les illustrations © Maison Solide.